



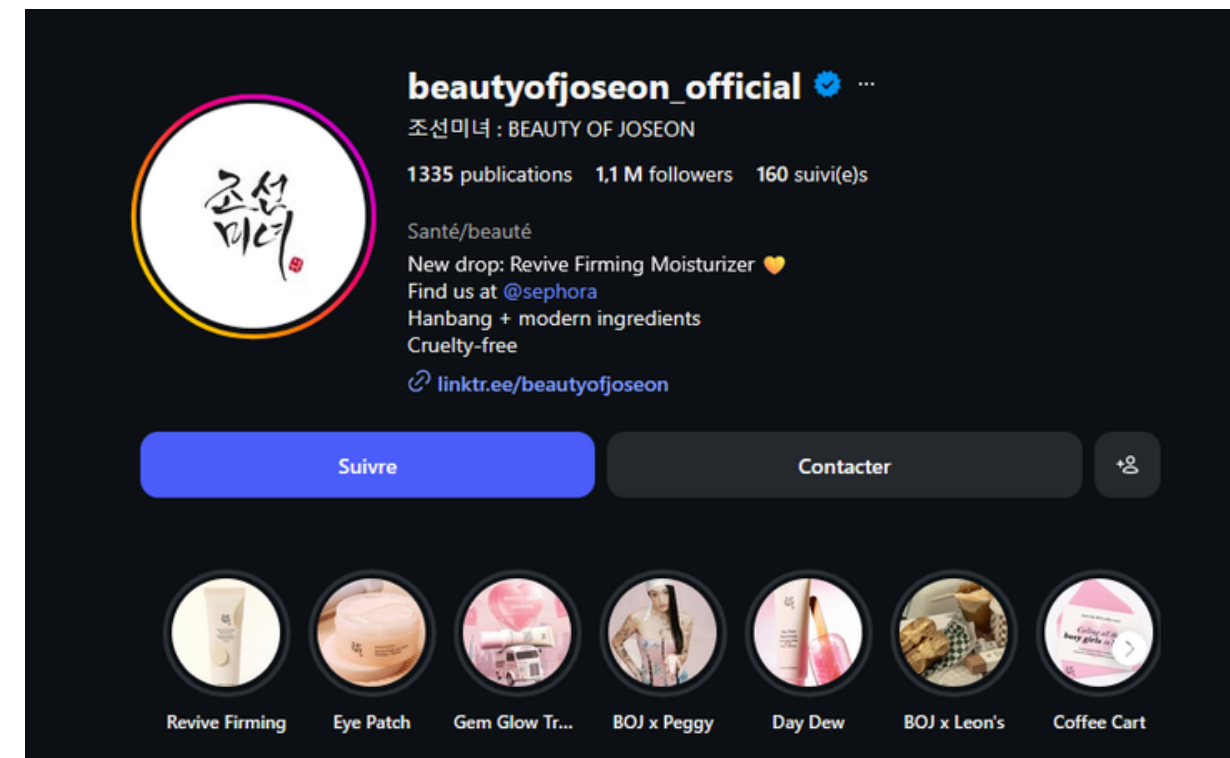
# Stratégie de Communication

LESAGE Elise

 **erborian**  
KOREAN SKIN THERAPY  
PARIS • SEOUL



yepoda  
예쁘다



Veille

erborian  
KOREAN SKIN THERAPY  
PARIS • SEOUL



조선미녀

Beauty of Joseon





### La marque :

Créée en 2007, Erborian est une marque de soins du visage et de maquillage. Depuis plus de 15 ans, elle se distingue par son attachement à la culture coréenne, avec des produits élaborés à Séoul. Erborian allie trois dimensions : ses racines coréennes, l'efficacité de ses formulations et l'impact émotionnel qu'elles procurent.

### Site internet :

Site épuré, présentant les avis clients accompagnés de commentaires et de vidéos, et mettant en avant les offres du moment.

### Cibles :

Principalement des femmes, 20-40ans

### Produit :

Fabriqués à Séoul (Corée du Sud), ces produits sont élaborés à partir d'ingrédients coréens puissants, avec des formules avancées, cliniquement prouvées et respectueuses de la peau.

### Réseaux sociaux :

Plus de 682k en tout sur les réseaux.

Présence importante sur Instagram avec de nombreux reels et carrousels, mettant en avant l'esthétique et la mise en valeur des produits.



Instagram : 364 k



Tiktok : 115K



Facebook : 203 K

# Meilleurs ventes

24h



NOUVELLE FORMULE

**CC Red Correct - Soin correcteur teinté anti-rougeurs**

★★★★☆ 2898 avis

À partir de 23,90 €

2 volumes

FORMULE BOOSTÉE



NOUVELLE FORMULE

**CC Crème visage à la Centella Asiatica**

★★★★☆ 8372 avis

À partir de 23,90 €

6 teintes | 2 volumes



MEILLEURE VENTE

**Duo Double Nettoyage Coréen**

-20%

★★★★★ 378 avis

À partir de 17,40 €

# Tiktoks les plus populaires

ASTUCE 👁️



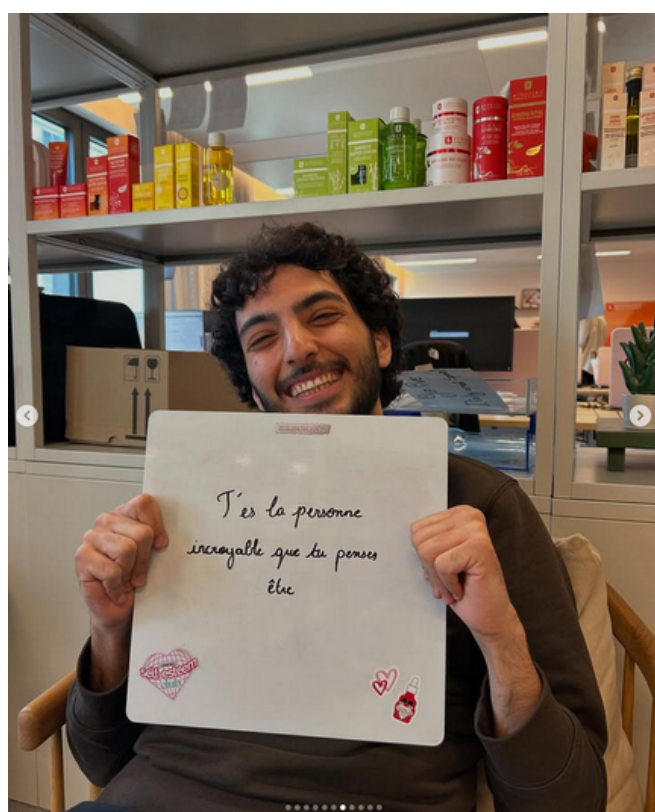
CC crème VS BB crème



POV : On a créé un son pour l'iconique BB Crème Erborian 🌟



# Posts Instagram populaires



erborian • Suivre

erborian • Quand on demande à notre team d'écrire un message à leur enfant intérieur 🥰

On a versé une petite larme 🥰

#erborian #kbeauty

42 sem

Pour vous ▾

beautynewsparis ❤️❤️❤️

42 sem 1 j'aime Répondre

amarib\_ ❤️❤️❤️

42 sem 1 j'aime Répondre

khwijae 🌊 so so sweeeeet 🥰

42 sem 1 j'aime Répondre

theace\_agency Omg ❤️ the cutest words and the cutest team

42 sem 5 j'aime Répondre Voir la traduction

maellebcher J'adore ce concept ! 🌟

42 sem 1 j'aime Répondre

uneblondequilt Cœur sur vous la team 🥰🥰🥰

42 sem 1 j'aime Répondre

ghanian\_d C'est une super idée, c'est hyper touchant tout ces petits mots 🥰

42 sem 1 j'aime Répondre

5529 j'aime

2 mai 2025

Ajouter un commentaire...

Publier



sananas2106 et 2 autres

Audio d'origine

sananas2106 📍 Spotted : @Sananas2106 a été aperçue un peu partout dans la capitale, et pour cause : @erborian lui a confié un rôle de choix en faisant d'elle l'égérie de son tout nouveau must-have beauté, la Skin Therapy Eye. Lors d'un arrêt chez @sephorafrance, elle a même pris le contrôle de la boutique en s'improvisant DJ histoire de mettre de l'ambiance !

Un coup d'éclat ou une stratégie bien rodée ? Une chose est sûre, tous les regards sont rivés sur elle et sa Skin Therapy Eye 📺

Stay tuned. Xoxo, GG.

\*Collaboration commerciale\*

53 sem

Pour vous ▾

mahaty\_ahlam 🌟🌟🌟🌟

48 sem Répondre

nourhene 🌟 Waaaaw ❤️❤️❤️

50 sem 2 j'aime Répondre

isabellesawadogo226 🌟

50 sem 1 j'aime Répondre

bdbeauty.alias.beatrice 🌟🌟🌟🌟

51 sem 4 j'aime Répondre

louannecoisy Siii frère de toi sanaaa 🥰🥰 tu es absolument magnifique ! Continue comme ça 🥰

8132 j'aime

17 février 2025

Ajouter un commentaire...

Publier



sephorafrance et 2 autres

sephorafrance 🌟 Fière de vous annoncer que je suis la nouvelle égérie de la CC Crème @erborian 🌟 plus boostée que jamais avec : 2% de Centella Asiatica + acide hyaluronique + SPF30 !!

Elle hydrate, unifie, illumine et surtout protège - clairement une formule venue tout droit de la Corée 🇰🇷

Et... surprise 🌟 disponible en 6 teintes & 2 formats pour convenir au plus grand nombre.

Merci pour cette opportunité inéluctable - WATCH OUT dans le métro parisien 📺 @sephorafrance x @erborian

#sephorafrance #erborian #kbeauty #cccrème

Modifié · 21 sem

Pour vous ▾

marcus\_mgvm 🌟 LET'S GOOOOOO

21 sem 65 j'aime Répondre Voir la traduction

Afficher les réponses (1)

oliviakpl 🌟 wooow la chance 🥰🥰

21 sem 4 j'aime Répondre

barranco.tropicalstore 🌟🌟🌟🌟

21 sem 4 j'aime Répondre

maybeshana Proud ma sœur 🥰🥰🥰

21 sem 9 j'aime Répondre

Afficher les réponses (1)

cannoisesurmesure 🌟🌟

Aimé par zo.jsp et 38,5 k autres personnes

25 septembre 2025

Ajouter un commentaire...

Publier

yepoda  
예쁘다

Les conccurents

조선  
미녀  
Beauty of Joseon

# yepoda

예쁘다

## La marque :

Créée en 2020, cette marque propose des soins du visage axés sur la qualité et l'éco-responsabilité, tant dans la fabrication des produits que dans celle de leurs emballages.

## Site internet :

Met en avant leurs meilleures ventes, affiche les publications Instagram directement sur le site, propose une analyse de peau en ligne et présente les avis clients sous forme de commentaires.

## Cibles :

Jeune génération, 18-30ans

## Produit :

Des produits élaborés à partir des meilleurs actifs et ingrédients naturels (ingrédients véganes), sans jamais compromettre leur qualité ni leur éco-responsabilité. L'ensemble est fabriqué en Corée du Sud.

## Réseaux sociaux :

Plus de 432,9k en tout sur les réseaux.

Présence importante sur Instagram avec de nombreux reels et carrousels, souvent accompagnés de contenus lifestyle.



Instagram : 213k



Tiktok : 206,9K



Facebook : 13K





Beauty of Joseon



### La marque :

Créée en 2016, cette marque de soins du visage utilise des ingrédients naturels et s'inspire d'une encyclopédie du XIX<sup>e</sup> siècle révélant les secrets de beauté des femmes coréennes de la haute société.

### Site internet :

Propose des produits exclusifs et des livraisons grâce à des gems accumulés lors des achats, met en avant les meilleures ventes, affiche les avis clients en vidéo avec le produit directement accessible à l'achat, et intègre les publications Instagram sur le site.

### Cibles :

Amateur de soins traditionnels, 20\_40ans

### Produit :

Produits fabriqués en Corée du Sud à partir d'ingrédients naturels, utilisant des herbes orientales luxueuses pour élaborer des soins de la peau.

### Réseaux sociaux :

Plus de 1,4M en tout sur les réseaux.

Présence importante de reels et de carrousels esthétiques, alliant tradition et modernité, avec quelques contenus éducatifs.



Instagram : 1,1M



Tiktok : 391,3K



Youtube : 2,7K



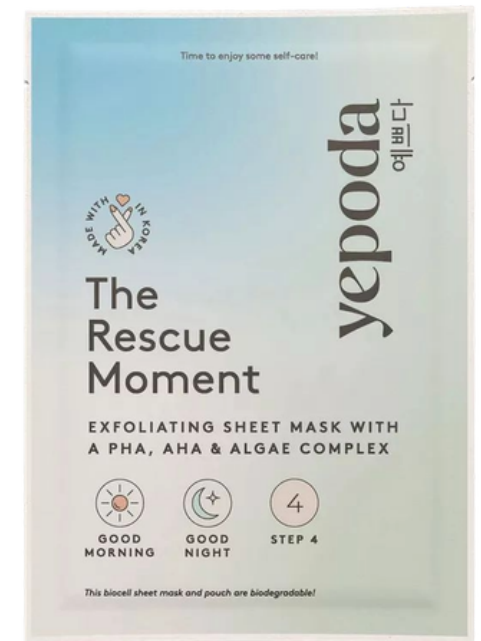
# Points communs

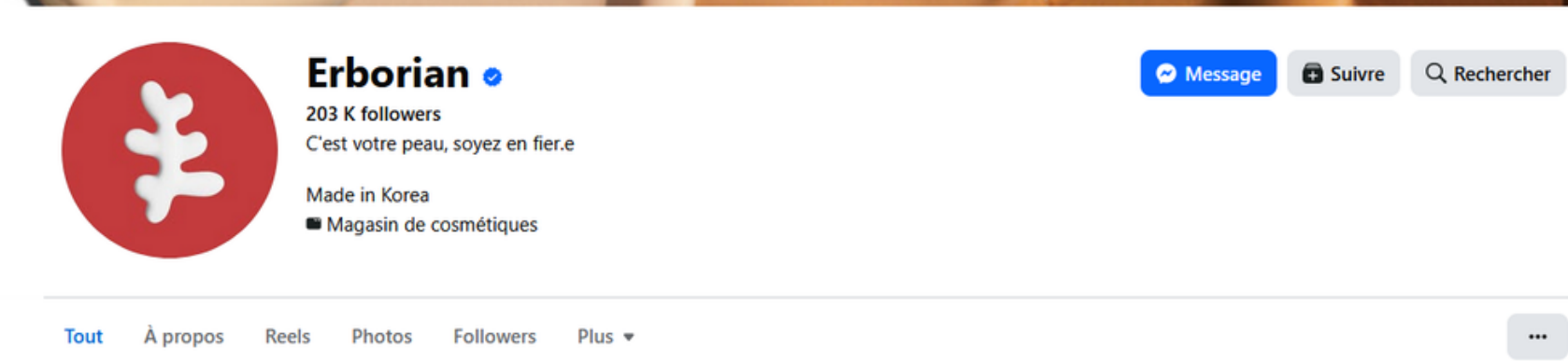


- Ce sont trois marques coréennes dont les produits sont fabriqués en Corée du Sud, chacune mettant en avant son attachement à la culture et au savoir-faire sud-coréen.
- Chaque marque est présente sur Instagram et TikTok, mais c'est sur Instagram qu'elles comptent le plus grand nombre d'abonnés.
- Toutes utilisent des ingrédients naturels dans leurs formulations.
- Il s'agit de trois marques spécialisées dans les soins du visage.
- Toutes les marques adoptent un style épuré pour leur site internet, avec des couleurs plutôt pastel.

# Différences

- Erborian, marque franco-coréenne, fabrique ses produits en Corée mais cible le marché européen. Beauty of Joseon est une marque coréenne traditionnelle, tandis que Yepoda est une marque européenne inspirée de la K-beauty et destinée au public européen.
- Erborian est une marque beaucoup plus ancienne que les deux autres.
- Erborian véhicule une image premium mais accessible, axée sur les soins du visage et le maquillage, et distribuée dans de grandes enseignes comme Sephora. Beauty of Joseon met l'accent sur la tradition et l'histoire coréenne, avec un ton éducatif et culturel. Yepoda adopte un ton jeune et communautaire, en collaborant régulièrement avec des influenceurs.





# Stratégie de Communication



Profil

Personna

Blanche Lancel, travail dans le marketing

- Âge : 25ans
- Localisation : Ville moyenne (France)
- Personnalité : passionnée, sociable, curieuse

## Profil personnel

- Très connectée utilise instagram et pinterest dans la vie de tous les jours et pour s'inspirer.
- Intéressée par les produits cosmétiques efficaces.
- Sensible aux marques qui racontent leur histoire.

## Motivations

- Avoir une peau saine et lumineuse avec un minimum d'effort.
- Se sentir connectée à une culture cosmétique différente.
- Valoriser les produits de qualité et élégants .



## Difficultés

- Les routines trop longues avec trop d'étapes .
- Trop de mots compliqués dans le monde de la skincare.
- Hésite à cause du budget

# Réseaux sociaux



Tiktok : 115K



Facebook : 203 K



Instagram : 364 k

# Stratégie



- Concept de campagne : « La beauté s'écrit en coréen »
- Faire par étapes : teasing, lancement, campagne, clôture.
- Type de posts : carrousels, reels et stories sur Instagram ; vidéos et stories sur Facebook ; vidéos et photos sur TikTok.
- Choix rédactionnels : ton éducatif et chaleureux ; style rédactionnel court et clair avec des hashtags liés à la Corée du Sud et à la skincare.
- Cible sur chaque réseaux: les clients, les influenceurs, amener de nouveaux clients.
- Objectifs des posts : Fidéliser le client, attirer l'attention, vendre, éducatif.



# calendrier editorial



-Plateforme de publication : poster principalement sur Instagram, qui compte le plus d'abonnés, et publier certaines vidéos en double sur un second réseau social (facebook et tiktok) pour toucher plus de personnes.

-Sur 1 mois (mois d'octobre) : Journée du Hangeul (9 octobre)

La Journée du Hangeul célèbre la création de l'alphabet coréen, proclamée le 9 octobre 1446 par le grand roi Sejong. Cette journée a également pour objectif de promouvoir et de faire connaître l'excellence du Hangeul.

-Fréquence de publication : poster tous les deux à trois jours pour rester régulier sans surcharger le public.

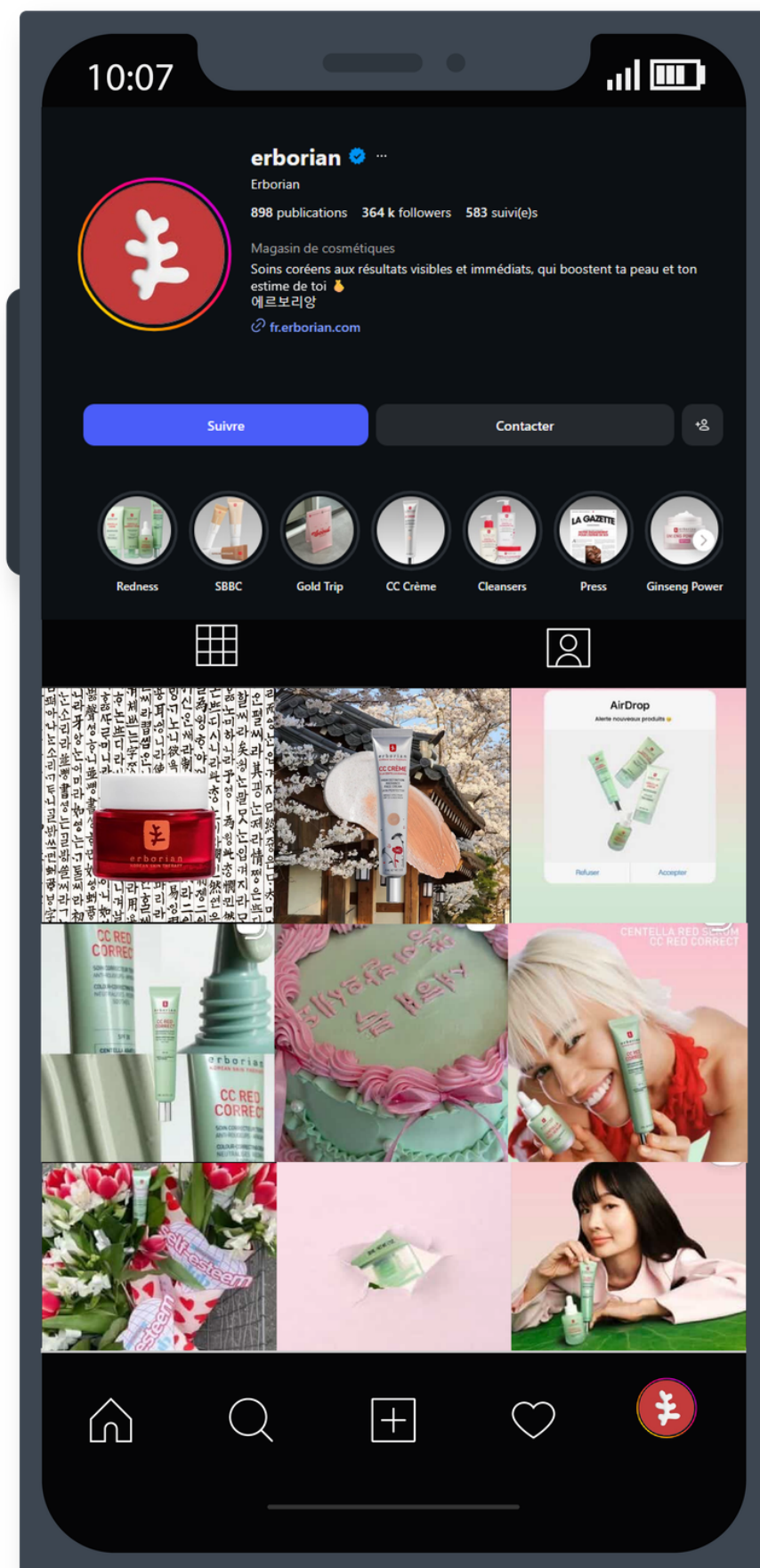
-Priorité de publication : poster davantage le 9 octobre pour la Journée du Hangeul, qui est l'événement le plus important du mois d'octobre.



# calendrier editorial

[https://www.notion.so/311042de29ba80a1baccdb4aa056ebb2?v=311042de29ba804d91e4000c3eae1dff&source=copy\\_link](https://www.notion.so/311042de29ba80a1baccdb4aa056ebb2?v=311042de29ba804d91e4000c3eae1dff&source=copy_link)

| Phase                            | Date                                  | Idée                                                                                             | cibles                                                | objectifs                                               | réseaux sociaux             |  |
|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------|--|
| Teasing                          | 1 octobre 2026                        | Post mystérieux avec des lettres en hangeul intégrées dans le visuel                             | le client, amener de nouveaux clients                 | attirer l'attention                                     | instagram                   |  |
| Teasing                          | 1 octobre 2026                        | compte a rebours pour le 9 octobre                                                               | le client, influenceurs                               | attirer l'attention                                     | instagram, facebook         |  |
| Teasing                          | 3 octobre 2026                        | vidéos courtes "devine ce que signifie ce mots en coréen lié a la peau et a la skincare"         | le client, influenceurs                               | éducatif                                                | tiktok, instagram           |  |
| <input type="checkbox"/> Teasing | <input type="checkbox"/> OUVRIROUVRIR | 5 octobre 2026                                                                                   | vidéo interview en coréen sur les produits de la peau | le client, amener de nouveaux clients, éducatif, vendre | facebook, tiktok, instagram |  |
| teasing                          | 7 octobre 2026                        | Story interactive ( que veut dire "un mot coréen"?)                                              | le client                                             | éducatif                                                | instagram, facebook         |  |
| lancement                        | 9 octobre 2026                        | Journée du Hangeul, post avec un viseul de corée du sud avec des produits et du Hangeul          | le client, influenceurs                               | éducatif, vendre                                        | facebook, instagram         |  |
| lancement                        | 9 octobre 2026                        | Journée du Hangeul, vidéo d'influenceur qui utilise les produits tout en expliquant ce que c'est | le client, influenceurs, amener de nouveaux clients   | éducatif, vendre, attirer l'attention                   | tiktok, instagram           |  |
| lancement                        | 9 octobre 2026                        | Journée du Hangeul, vidéo pour apprendre a dire des mots coréen en rapport avec la skincare      | le client, influenceurs                               | éducatif, attirer l'attention                           | tiktok, facebook, instagram |  |
| lancement                        | 9 octobre 2026                        | Story pour expliquer la journée du Hangeul et le lien avec la marque                             | le client, amener de nouveaux clients                 | éducatif, attirer l'attention                           | facebook, instagram         |  |
| Campagne                         | 11 octobre 2026                       | post sur un produit avec une description en coréen                                               | le client                                             | vendre                                                  | facebook, instagram         |  |
| Campagne                         | 11 octobre 2026                       | Lifestyle en corée avec un produit mis en avant dans plein d'endroit                             | le client, influenceurs, amener de nouveaux clients   | vendre                                                  | tiktok, instagram           |  |
| Campagne                         | 13 octobre 2026                       | carrousels pour mettre en valeurs un produits avec les ingrédients écrit en francais et en des   | le client, amener de nouveaux clients                 | attirer l'attention, fidéliser le client                | instagram                   |  |
| Campagne                         | 15 octobre 2027                       | Vidéo des membres de l'équipe de erborian essayant d'écrire leurs prénoms en coréen              | le client                                             | attirer l'attention, éducatif                           | tiktok                      |  |
| Campagne                         | 15 octobre 2026                       | Vidéo "secret du glow coréen" montrer comment appliquer un produit pour un effet naturel         | le client, amener de nouveaux clients                 | fidéliser le client, vendre                             | instagram, tiktok           |  |
| Campagne                         | 16 octobre 2026                       | Story donnant un code promo liée au Hangeul ex (Hangeul0)                                        | le client, amener de nouveaux clients                 | fidéliser le client, attirer l'attention                | instagram, facebook         |  |
| Campagne                         | 18 octobre 2026                       | Carrousels de produits dans des rues de Séoul                                                    | le client                                             | attirer l'attention, vendre                             | instagram                   |  |
| Campagne                         | 20 octobre 2026                       | Story interactive ( que veut dire "un mot coréen"?)                                              | le client                                             | éducatif                                                | facebook, instagram         |  |
| Campagne                         | 22 octobre 2026                       | Tiktok grwm en coréen avec sous titre francais                                                   | le client, amener de nouveaux clients                 | attirer l'attention, vendre                             | tiktok                      |  |
| Campagne                         | 23 octobre 2026                       | interviewer des gens dans la rue pour leurs faire deviner un mots ou phrase en coréen puis s     | le client, amener de nouveaux clients                 | fidéliser le client, vendre, éducatif                   | tiktok, instagram           |  |
| Clôture                          | 26 octobre 2026                       | repost de story clients avec écriture coréenne                                                   | le client, influenceurs                               | vendre, fidéliser le client                             | instagram                   |  |
| Clôture                          | 28 octobre 2026                       | Post produit mis en avant avec un fond de phrases en Hangeul                                     | le client                                             | vendre, éducatif                                        | instagram, tiktok           |  |
| Clôture                          | 30 octobre 2026                       | Carrousel avec les étapes de la fabrication d'un produits                                        | le client, amener de nouveaux clients                 | éducatif, attirer l'attention                           | instagram, facebook         |  |



# Mockup

Cette publication peut bien fonctionner pour la campagne d'octobre parce qu'elle relie directement le produit à la culture coréenne grâce au fond en Hangeul. On ne voit pas juste un soin, on voit une marque qui assume et met en avant son identité franco-coréenne, ce qui est parfaitement cohérent avec la Journée du 9 octobre.

Le contraste entre le rouge du produit et le fond noir et blanc attire immédiatement l'œil. Dans un feed Instagram, ça capte l'attention rapidement, ce qui est essentiel pour générer de l'engagement.

Le visuel reste simple, épuré et premium. Il n'y a pas trop d'éléments, donc le produit est clairement mis en valeur. Cela correspond à l'image d'Erborian : élégante, experte, moderne.



# Mockup

Cette publication en carrousel fonctionne bien car elle crée un véritable storytelling visuel autour de la Corée. Les décors traditionnels et modernes renforcent l'ancrage culturel de la marque et mettent en valeur son identité franco-coréenne.

Le format carrousel est stratégique : il incite à swiper, augmente le temps passé sur le post et favorise l'engagement.

L'association entre lieux emblématiques et produits permet de relier chaque soin à un univers culturel, ce qui apporte de la profondeur au contenu.